

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Penguji.....	iv
Pernyataan Keaslian	v
Surat Pernyataan Kesiapan Publikasi	vi
Motto	vii
Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lamiran	xvi
Transliterasi.....	xvii
Abstrak	xxii
Abstrack	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian	10
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	15
G. Penegasan Variabel.....	17
H. Sistematika Penulisan	22
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. <i>Grand Teory</i>	24

B.	Teori Pendukung	31
C.	Penelitian Terdahulu.....	46
D.	Kerangka Teori.....	52
E.	Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN		56
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B.	Lokasi Penelitian.....	57
C.	Variabel dan Skala Pengukuran.....	58
D.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	61
E.	Instrument Penelitian	63
F.	Teknik Pengumpulan Data	65
G.	Teknik Analisa Data	65
H.	Tahapan Penelitian	70
BAB IV HASIL PENELITIAN		75
A.	Deskripsi Data Penelitian.....	75
B.	Pengujian Hipotesis.....	83
BAB V PEMBAHASAN		109
A.	Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Kompetitif pada UMKM Industri Kreatif di Tulungagung.....	109
B.	Pengaruh Orientasi Pasar Syariah terhadap Keunggulan Kompetitif pada UMKM Industri Kreatif di Tulungagung	111
C.	Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Inovasi Produk pada UMKM Industri Kreatif di Tulungagung	114
D.	Pengaruh Orientasi Pasar Syariah terhadap Inovasi Produk pada UMKM Industri Kreatif di Tulungagung.....	116
E.	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif pada UMKM Industri Kreatif di Tulungagung.....	119
F.	Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Kompetitif pada UMKM Industri Kreatif di Tulungagung yang Dimediasi oleh Inovasi Produk	121
G.	Pengaruh Orientasi Pasar Syariah terhadap Keunggulan Kompetitif pada UMKM Industri Kreatif di Tulungagung yang Dimediasi oleh Inovasi Produk	123

BAB VI PENUTUP	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	135

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM Nasional (2020–2024)	1
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah UMKM di Kabupaten Tulungagung 2020-2024	2
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	60
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Sektor Industri Kreatif	77
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Berdiri.....	78
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	78
Tabel 4.4 Uji Validitas	84
Tabel 4.5 Uji Realibilitas.....	85
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Model I.....	86
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Model II	86
Tabel 4.8 Hasil Uji multikolinearitas Model I	87
Tabel 4.9 Hasil Uji multikolinearitas Model II	87
Tabel 4.10 Hasil Uji Hetroskedastisitas Model I	89
Tabel 4.11 Hasil Uji Hetroskedastisitas Model I.....	89
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model I	90
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model I	91
Tabel 4.14 Uji F Model I.....	92
Tabel 4.15 Uji F Model II	93
Tabel 4.16 Uji T Model I.....	94
Tabel 4.17 Uji T Model II	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan TI UMKM Tulungagung (2020–2024).....	6
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	52
Gambar 4.1 Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Teknologi Informasi....	80
Gambar 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Pasar Syariah	81
Gambar 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Inovasi Produk.....	82
Gambar 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Keunggulan Kompetitif.....	83
Gambar 4.5 Diagram Jalur Model I	103
Gambar 4.6 Diagram Jalur Model II	104

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	136
Data Sampel	140
Uji Validitas.....	146
Uji Realibilitas	148
Uji Normalitas.....	149
Uji Multikolinearitas	150
Uji Heteroskedistisitas	151
Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	152
Uji T	153
Uji F	154
Lembar Kendali Bimbingan.....	155
Biodata Penulis	168
Dokumentasi Penelitian	169